

ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Tabungan BritAma Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pattimura
Penyusun : Mia Mayangsari
NIM : D2D604219
Fak./Program Studi : FISIP/ Administrasi Bisnis

Keputusan menabung nasabah tinggi di perlukan oleh Bank BRI karena nasabah merupakan nyawa bagi perusahaan. Namun hal ini sangat sulit mengingat adanya perubahan dalam diri pelanggan mengenai aspek psikologis, yang berdampak pada proses keputusan menabung. Tinggi rendahnya keputusan menabung dipengaruhi oleh baik/buruknya produk dan promosi Bank BRI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara produk dan promosi terhadap keputusan menabung tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pattimura. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya perubahan jumlah nasabah dan rupiah tabungan Britama pada Bank BRI.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory* yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian. Populasinya adalah nasabah tabungan Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pattimura Semarang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive random sampling* dengan menggunakan tipe pengambilan sampelnya adalah *accidental sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Data dianalisa dengan analisis kualitatif tanpa angka dan analisis kuantitatif dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi linier sederhana, Regresi linier berganda, koefisien korelai, koefisien determinasi, Uji t dan Uji F dengan bantuan program SPSS.

Dari hasil penelitian secara signifikan ternyata produk berpengaruh positif kuat terhadap keputusan menabung tabungan BritAma yang ditunjukkan dengan $Y = 4,596 + 0,289 X_1$ dan R sebesar 0,571 dan produk memberikan kontribusi sebesar 32,6 persen. Promosi secara signifikan berpengaruh positif kuat terhadap keputusan menabung tabungan Britama yang ditunjukkan dengan $Y = 1,977 + 0,296 X_2$ dan R sebesar 0,554 dan memberikan kontribusi sebesar 30,7 persen. Secara signifikan ternyata produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif kuat terhadap keputusan menabung tabungan BritAma yang ditunjukkan dengan $Y = 0,613 + 0,199 X_1 + 0,193 X_2$ dan R sebesar 0,652 serta memberikan kontribusi secara bersama-sama sebesar 41,3 persen.

Saran yang dapat disampaikan adalah Bank BRI sebaiknya melaksanakan undian berhadiah yang diundi dalam setahun, dilakukan penarikan sebanyak dua kali, sehingga keputusan menabung tabungan Britama dapat meningkat dan memberikan training kepada karyawan agar keterampilan dalam melayani nasabah dapat lebih baik. Bank BRI hendaknya meningkatkan promosi di media cetak dan elektronik, agar produk Bank BRI lebih dikenal masyarakat. Serta lebih sering melakukan pawai dan pameran untuk lebih mendekatkan produk-produk Bank BRI kepada masyarakat.